

¿De dónde viene el éxito de *Perdidos*?

LOST NO ES SÓLO UNA SERIE. HA SIDO UNO DE LOS MAYORES FENÓMENOS TELEVISIVOS QUE HA PERMITIDO LA GLOBALIZACIÓN. AUNQUE SUS CIFRAS DE ESPECTADORES NO HAYAN MARCADO RÉCORD, UNA BUENA PARTE DE SU NOTORIEDAD RADICA EN EL COMPROMISO Y FIDELIDAD QUE HA DEMANDADO DEL ESPECTADOR.

Seis temporadas en la ABC estadounidense que han desembocado en un final polémico, relativista por lo abierto de las múltiples interpretaciones dramáticas y narrativas que permite. Un cierre que dividió a los espectadores entre quienes lo consideraban una tomadura de pelo ante la falta de respuestas y aquellos que se dejaron seducir por el carácter de los personajes sin importarles los enigmas o la coherencia interna del relato.

Ya con cierta distancia (el último capítulo se emitió el pasado 23 de mayo) y con independencia de la valoración crítica, parece el momento adecuado para analizar las causas globales del éxito de la serie. Aquí van doce claves –narrativas, dramáticas, de producción, distribución y exhibición– para entender la masiva acogida de *Perdidos*:

1. Un relato infernal

Lost ha levantado uno de los jeroglíficos narratológicos más sofisticados de la cultura popular. Ha jugado con la temporalidad y el punto de vista como no lo ha hecho ningún otro producto audiovisual de larga duración: *flashbacks*, *flashforwards* y realidades paralelas (*flash-sideways*) han configurado un puzzle que todo espectador entregado quiere ordenar. Y recolocar todas las piezas atrapa mucho... a pesar de las paradojas y aparentes callejones sin salida a los que se han enfrentado los naufragos del vuelo Oceanic 815.

2. Ansiedad narrativa

Lost ha seguido la estructura y las estrategias retóricas del folletín literario del XIX, de modo que el espectador, al acabar un capítulo, sintiera la imperiosa necesidad de ver el siguiente. Una colmena de historias entrelazadas creadas para resultar adictivas: *cliffhangers* monumentales, sorpresas, golpes de efecto, personajes inesperados, trampas,

novedades constantes y giros imposibles hasta el mismísimo "The End".

3. El horizonte de un final

Haber anunciado –en la cuarta temporada– que la serie concluiría en la sexta entrega fue todo un acierto. Atisbar la promesa de respuestas a tanta pregunta espoleó el sentido del visionado. La historia ya no podía dar vueltas infinitas sobre sí misma, uno de los motivos que mayor deserción causó entre los espectadores. Como un embudo, el grueso de preguntas iría estrechándose conforme se aproximaba el final (que no las hayan respondido es otra historia... ¡el "consumidor" ya había llegado hasta la última estación!).

4. La fuerza de los personajes

Con elementos sólo formales no se construye un relato tan gigantesco. A pesar de todo, *Lost* ha sido una historia de personajes, no únicamente un artificio narrativo, como le ha ocurrido a *FlashForward*. Como buena historia de redención, cada capítulo nos ha acercado al pasado y al futuro –doloroso, secreto, imposible– de cada uno de los héroes que habitan la colmena, de modo que el rompecabezas narrativo ha adquirido forma al mismo tiempo que las vidas y las culpas de los personajes se iban aclarando. El espectador se ha emocionado con el triángulo amoroso entre Kate, Sawyer y Jack; ha llorado con la despedida de Charlie o la conversación imposible entre Desmond y Penny; se ha reído con las discusiones absurdas entre Miles y Hugo Reyes; ha sentido la ternura maternal de Claire; ha confiado en la determinación de John Locke; o ha sentido la ambigüedad herida de Benjamin Linus.

5. Coralidad internacional del reparto

Para llegar a varios mercados, la serie de Lindelof y Cuse compuso un reparto multirracial y plurilingüe, con

guiños explícitos y tramas para cada continente. Negros, hispanos, asiáticos, rubios, morenos, pelirrojos, africanos, británicos, *aussies*, viejos, jóvenes, niños... Es otra forma de globalizar el éxito: fomentando el espejismo de lo local. En el caso español, hasta recalaron en Canarias para una subtrama relacionada con Richard Alpert.

6. Una mitología ecléctica

Lost ha configurado su propio espacio mítico. Un universo abierto, camaleónico, que ha combinado pasajes bíblicos, elementos de civilizaciones antiguas, simbolismos éticos, temas de la ciencia-ficción, alusiones literarias y filosóficas, tramas religiosas, etc. Una seductora amalgama de referencias que los espectadores han estado dispuestos a expresar en busca de sentido, más aún tras el capítulo final.

7. Equilibrio entre fantasía y realismo

¿En qué género se ubica *Perdidos*? Aventuras, intriga, romance, ciencia-ficción, fantasía sobrenatural, fábula moralista, cine religioso... Su calculada ambigüedad, jugando con elementos fantásticos y una factura realista y cercana, han evitado que *Perdidos* se convirtiera en un producto de nicho. Nadie huyó al ver naves espaciales o seres verdes de otro planeta. No. Todo ocurría jugando con referentes más o menos conocidos por el gran público. Por eso, a pesar de contar con un *fandom* tan potente como los de *Star Trek*, *Dr. Who* o *Battlestar Galactica*, *Lost* ha sabido jugar también en el campo del espectador tradicional. Nunca ha dejado de ser un producto generalista a pesar de sus viajes en el tiempo y sus personajes convertidos en humo.

8. El prestigio actual de la ficción televisiva

La obra producida por J. J. Abrams no ha sido un oasis. Ha nacido y se



Los protagonistas de lost en una imagen promocional de la sexta temporada de la serie.

ha desarrollado en medio de una edad dorada de las historias contadas en la pequeña pantalla. *Los Soprano*, *24*, *Buffy* o *El ala oeste* demostraron al espectador atento que la serialidad televisiva ofrecía un vehículo ideal para desarrollar historias de largo recorrido. Con calidad y excelente acabado, sin nada que envidiar al medio cinematográfico.

9. Internet y las nuevas formas de ver

La serie llegó en un momento en el que Internet explotaba. Han influido los *packs* en DVD y la repesca de las cadenas nacionales (Cuatro y Fox en España), pero fue la generalización de las descargas la que realmente globalizó los contenidos. Con ellas, el usuario elegía cuándo y dónde ver la historia. Por eso, *Lost* ha sido, sobre todo, un acontecimiento social en la Red. Un virus que no ha cesado de extenderse gracias al nuevo paradigma 2.0., donde la información se comparte, se reproduce, se mezcla, se comenta.

10. Narrativas transmedia

Ahora las series no sólo se desarrollan en televisión, sino que cuentan con muchas ramificaciones que las nuevas tecnologías permiten. Hay websodios, bitácoras y twitter de personajes, juegos de mesa asociados, campañas virales, *mashups*, novelas que amplían el universo narrativo o cosas tan sorprendentes como aquel ensayo llamado "The Lost Experience", en el que se mezclaban pistas adulteradas, falsos

documentales, publicidad inventada, webs falsas para productos existentes sólo en la diégesis (Oceanic Airlines, Apollo Candy Bar) y muchas otras piezas que conformaban un enigma tramoso, multiplataforma y global. La verdadera dimensión de la transmedialidad se podrá calibrar en la resolución de los muchos hilos que han quedado sueltos (nuevo metraje en el *pack* de DVD, el libro-enciclopedia de la serie, un posible *spin-off*...).

11. Inteligente promoción

El producto ha de ser bueno (recuerden en qué quedó toda la artillería promocional de *FlashForward*...), pero es evidente que la estrategia de marketing de la ABC ha resultado una victoria. De rebote, ha servido para que las productoras y las cadenas innoven con campañas como la que ha desarrollado Cuatro en España. Y, además, en un giro de lo más sugestivo, los responsables de *Lost* han sabido emplear a los propios fans como embajadores sociales, con sus vídeos recopilatorios, sus parodias, sus escenas alternativas, sus interpretaciones de la mitología o sus explicaciones de los enigmas. *Lost* es ya uno de los ejemplos más sobresalientes de la "cultura participativa" que describe Henry Jenkins.

12. El visionado como experiencia social

El relato de *Perdidos* es lo suficientemente ambiguo como para contar una historia dejando múltiples hue-

cos que el espectador debe cerrar. Es una serie que ha reclamado exégetas. Ahí ha descansado otra clave de su éxito: amagar, fintar, pero nunca dar. Dejar tantos interrogantes abiertos como promesas de resolución. Y el "prosumidor", en este entorno 2.0., se ha estrujado la cabeza resolviendo los acertijos y deslizando teorías no sólo en la barra del bar o en el autobús de la universidad, sino prolongando la conversación en blogs, wikis y redes sociales. De este modo, el visionado se ha retroalimentado y la fascinación por *Lost* ha corrido como la pólvora. Hasta el episodio final, donde la conversación que generó alcanzó cotas casi clínicas o religiosas, en una auténtica batalla dialéctica entre *talifanes* y desencantados.

albgarcia@unav.es

REFERENCIAS:

GARCÍA MARTÍNEZ, Alberto Nahum, "Los post sobre *Perdidos*", *Diamantes en serie*, <http://tinyurl.com/label-Lost>.

JANE ANDERS, Charlie, "Lost was the Ultimate Long Con", *io9.com*, <http://tinyurl.com/LostLongCon>.

PONIEWOZIK, James, "Tuned in: *Lost*", *Time*, <http://tinyurl.com/Lost-TimeMag>.

PORTER, Lynnette; LAVERY, David, *Unlocking the Meaning of Lost: An Unauthorized Guide*, Sourcebooks, Illinois, 2006.

REGAZZONI, Simone, *Perdidos. La Filosofía*, Duomo, Barcelona, 2010.